

Title	自己現象からみた組織帰属意識の認知メカニズム
Author(s)	太, 源有
Citation	経済論叢 (1998), 162(3): 63-84
Issue Date	1998-09
URL	http://dx.doi.org/10.14989/45238
Right	
Type	Departmental Bulletin Paper
Textversion	publisher

經濟論叢

第 162 卷 第 3 号

-
- アジアの成長目的と為替金融安定化政策（2）…砂 村 賢 1
- 日本アバレルト位企業の分析……………康 賢 淑 25
- 環境規制と産業の生産性……………浜 本 光 紹 51
- 自己現象からみた組織帰属意識の
認知メカニズム……………太 源 有 63
- 日韓海峡経済圏（1）……………鄭 應 周 85

学 会 記 事

平成10年 9 月

京 都 大 學 經 濟 學 會

自己現象からみた組織帰属意識の 認知メカニズム

太 源 有

I は じ め に

これまでの組織と個人の関係はどちらかというと組織に重点があつて組織の業績や効率性の影響要因として個人と組織の関係を扱う傾向が強い。アメリカの組織コミットメント理論も組織コミットメントを高めることが、組織の成果にいかに関係するかを重大なテーマとして発展している。このような経営管理的アプローチには、組織によって管理されるし、すでにできあがった存在として個人を扱っており、個人が自己と自己を取りまいて環境をどう認知しているかという主体的な意味合いには関心が少ない。

研究上の個人の主体性を奪うような研究に対する危険性が Gouldner [1970] によって指摘されている。Gouldner は「迫り来る西欧社会学の危機」において社会学者が素朴に前提している「方法論的二元論」を批判した。すなわち、彼は、社会学者が、自分自身には自立的な主体の地位を、対象者である行為者には社会構造によって規定される客体の地位を割り当てる「二重帳簿」をつけていることを批判した。

現象学的社会学の創始者である Schutz [1967] は、彼の主著『社会的世界の意味構成』の中で、社会科学理論における方法論的問題を指摘しながらどのような方法を用いるべきかに言及する。社会的世界における生活者にとっての意味構成の理解することが社会学の義務であるし、「社会的世界のあらゆる主題は、主観的意味関連一般ないしは特殊な主観的意味関連の客観的意味関連を構

成することにある』¹⁾とシュッツはいう。つまり、社会科学の根本問題は、どのようにして主観的意味関連の科学は可能かを明らかにすることである。

本稿では、組織帰属意識を組織に対する個人の主観的意味関連の理解から求める。Schutz に始まる現象学的社会学の概念である自他分節を用いて、組織を自己として認知する自己現象の認知的プロセスに注目する。主に組織誘因と個人貢献の均衡に基づく従来の組織コミットメント理論とくらべて、自己現象モデルは環境の認知における個人の自己自習的な (heuristics) 判断、文化要因の認知方法として社会情報プロセス、そして過去の選択の結果を強調する。

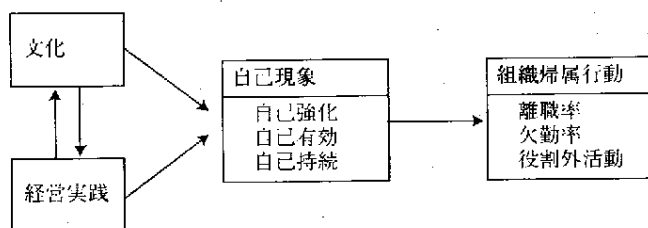
II 自己現象の構成

組織帰属意識を自他の分節からなる自己認識のプロセスで考えると、帰属意識は自己の範囲内に帰属集団を取り組むような自己が成立している状態として考えることができる。自他分節において自己の一部として意識されるような組織への所属の様式は、これまであまり取り上げていない。会社と自己との境界がなくなって、会社を自己として考える自己現象を組織行動の説明原理として捉えたものとして Erez & Earley [1993] の研究がある。

Erez & Earley は文化的自己概念モデル (Cultural self-representation theory) を使って、文化的要因や経営実践の認識における自己概念で従業員の組織行動を説明している。彼らのモデルに基づいて組織帰属意識を考えると次の四つの構成要素で説明できる。1) ある仕事環境で行われる経営実践や動機管理、2) 内外の仕事環境や自己を基底する文化的価値や行動コンテキスト、3) 経営管理やモチベーション管理を分析するし、文化によって規定される自己現象 (組織帰属意識)、4) 組織を自己として認知する自己現象の結果あらわれる組織帰属行動、である (図1)。

1) Schutz, A., *The Phenomenology of the Social World*, 1967. (佐藤嘉一訳『社会的構造の意味構成』1982年, 311ページ)。

図1 自己現象モデル



*Erez&Earley [1993] の文化自己表現モデルを修正した。

1 自己現象の動機

一般的に自己現象には三つの動機があるといわれている (Gecas [1982], Markus & Wurf [1987])。

- ① 自己に対して肯定的な認知や感情状態を探るし維持しようとする自己強化動機 (self-enhancement)
- ② 自ら自分を有能で有効視する自己有効動機 (self-efficacy)
- ③ 一貫性をもって継続性を感じたい自己継続動機 (self-consistency)

自己強化, 自己有効, 自己持続性というこれらの動機の充足は自己現象の発生, 維持そして変化を説明してくれる。理論的にいえば, 会社に所属することによってこの三つの動機が満たされると自己現象がおこり, 組織帰属意識は高まるといえる。特に自己に対して肯定的認知や感情状態を探るし, 維持する自己強化動機は従来のモチベーション管理において一番重要視されている。

Bandura [1986] は自己強化動機を自己概念における決定的要素としてみる。

従来の欲求満足理論の基本的パラダイムもこれに基づいている。欲求理論は欲求をどう分析するかによって異なるが (Maslow [1943], McClelland [1961], Alderfer [1972]), 態度と行動を個人属性の観点から予想する。つまり, 人は欲求や動機をもっており, 職務環境と相互作用する。そして職務態度や行動はこの二つの要因の結合によるものである。ここでは従業員の態度や行動を状況要因より個人の属性や欲求を重要視する。行動の説明変数として個人

と状況の相互作用より個人属性の比較的重要性が議論されるし (Sarason, Smith & Diener [1975]), 行動における性格構造の役割 (Hogan, DeSoto & Solano [1977], Mischel [1977]) が強調されている。

しかし、欲求理論において、個人の行動を欲求や態度を個人属性によって定義することは、それが個人属性によって決定されることを意味しない (Salancik & Pfeffer [1978])。実際、個人と環境の相互作用において個人の属性も重要であるが、個人と環境の関係は社会コンテキストによって行われるし、その影響は大きい。

2 自己現象の環境

経営実践 (management practices)

従業員の組織に対する自己現象は人的資源管理とモチベーション技術から説明できる。これは従来の産業心理学者や経営学者のもっとも関心が高い部分であり、組織コミットメント理論も基本的発想はこれに基づいている。

人的資源管理とは、企業経営に必要な人的資源の調達、開発、維持およびモチベーションに関する管理活動をいう²⁾。人的資源の調達機能とは、公募、面接、テスト、選考などからなる採用機能をいい、開発機能とは、教育訓練、昇進、配置転換などをつうじて人的資源の能力や知識の向上をはかる機能をさしている。維持機能とは、給与管理、福利厚生施設、安全衛生、コミュニケーション、提案制度などを通じて、従業員の働く良好な環境を維持する機能をさしている。最後にモチベーション機能とは、業績主義の給与管理、昇進制度、参加的リーダーシップ、職務充実や自主管理などを通じて従業員のモチベーションを高める機能をさしている。

経営実践とは、企業の経営目的の効率的な達成のために企業が行う人的資源管理やモチベーション管理の実施やその結果をさす。

しかし、経営実践はその企業が置かれている状況や文化によって異なる形式

2) 人的資源管理については、角野 [1995] 229-234ページ、占部 [1994] を参照。

を取る。アメリカにおける典型的な人的資源管理は個人主義的競争文化が当てはまる。すべての人的資源管理は従業員個人に向いて機能している。例えば、個人の選抜は個人の特性によって決められるし、仕事も個人単位で与えられて、業績評価も個人単位で行われる。

アメリカの人的資源管理には集団や個人間の関係は考慮されない。例えばチーム活動や対人関係のパターンはこのモデルには含まれていない。環境特性として文化的次元は扱われていないし、国際的側面における人的資源管理の問題点には真剣に取り組んでいない。

アメリカの人的資源管理と違って日本の会社は家族的経営主義—労使の相互依存と強い連帯関係、従業員の福祉に関する経営側の責任—に基づいている。日本における主な人的資源管理は従業員間の緊密なコミュニケーション、意思決定における集団の参加、チーム活動である。報償は年功に基づく、従業員の評価は個人単位で行われるよりも集団や組織単位で行われる傾向が強い。

このように経営実践は自己現象の動機と相互作用しながら自己現象の発生、維持し高める説明要因として重要であるが、実際行われる経営実践はその組織が置かれている文化的価値や規範によって異なる。

文 化

文化に対していろいろな定義がなされているが、ここでは認知的側面からみることにする。文化人類学的アプローチをとった Kluckhohn [1954] は文化は思考の規定されたパターンとしてみる。同じように Shweder & LeVine [1984] は共有する意味システムのセットとして定義する。Hofstede [1980] はあるコンテキストにおいて個人の反応を統制する先進的プログラムのセットとして文化を定義する。以上の定義からみると文化は刺激に対する個人の反応の多様性を決める共有された知識として見る事が出来る。

自己の構造的ダイナミックな動機が普遍的にみられても自他の区分は文化によってことなる。同じ文化環境に住んでいる人は同じ価値や認知構造を持っている。そしてある種の行動の評価にも同じ基準で行われる (Triandis [1989])。

欧米文化は個人主義価値を持っている。普通重要視されるのは他人との区別であるし、自己依拠や自分の特徴的属性を重要視する。欧米文化は、行動は自分自身の内在的思考や感情によって構成されるし意味を持つ「独立自己 (independent self)」を構成する (Markus & Kitayama [1991])。

一方、極東アジアの支配的文化は集団主義で集団中心、調和、順応、服従、そして関係重視である。これらの文化では単一的で特に外部集団からの脅威や競争があった時共同の運命や相互関連による集団性をより強める (Triandis [1989])。集団主義の文化では人は集団との一体感を強めるために集団の構成員との類似性を強調する。集団主義文化では対人関係を重要視して「相互関連自己 (interdependence self)」を作り出す (Markus & Kitayama [1991])。

実証の結果、東アジアの人は欧米人より集団的相互依存自己の傾向があることが支持される (Bond & Cheung [1983], Trafimow, Triandis & Goto [1991])。Bond と Cheung [1983] は、アメリカの大学に在学中の学生たちの自己認識の比較を行っている。欧米文化からきた学生は東洋文化からの学生より他の人と類似性をあまり感じない。これらの結果は欧米文化からの学生は他人より自分自身に対してもっと正確なはっきりした概念を持つ反面、東洋の学生は自分より他人にたいする明確な概念と知識を持っていることが分かる。

しかし、これまで職務態度や経営実践における文化的要因は所与の存在として議論されている傾向がある。ある地域や共同体に所属しているだけで個人は文化的制約に置かれることになることも事実である。ところが、個人が文化をどう認知するかという文化の認知プロセスには言及はなく、この点は自明ではない。同じ文化や価値の支配に住む人でもその文化規範の認知には偏差がある。従来文化認識ではこのような文化認知の個人偏差を無視し、平均値でその全体を簡単に一般化した傾向が強い。さらに、その分析枠組みも西欧の個人主義と東アジアの集団主義と大きく二つの次元で単純化している。集団主義や個人主義の枠組みに入らない地域、そして、同じ文化の中でも個人的に多様な文化認識があり得ることを配慮していない。

以上のように、組織に対する個人の帰属意識を、Erez & Earley [1993] の自己概念モデルに基づいて自己現象の動機と経営実践の相互作用そして文化コンテクストの制約を中心として述べてきた。

しかし、自己現象の構成的観点はただ構成概念の用語を自己に替えたことを除けば既存の組織コミットメント理論とあまり変わらない。自己強化、自己有効そして自己維持という動機要因は、組織コミットメントの目標や価値の一致、貢献意欲、そして残留意欲とそれぞれ対応している。自己現象の環境要因として経営実践も組織コミットメント理論では役割関連特性、構造特性として扱っている (Mowday, Porter & Steers [1982])。既存の組織コミットメントと違っていることは文化コンテクストの変数を考えることであろう。しかし、経営実践やモチベーション管理において文化的差異を考慮しているが、実際それを受け入れる個人の認知的プロセスまでには及んでいない。

本稿の目的は最初の問題提起で叙述したように個人の主体的意味関連から組織帰属意識の分析を試みることである。

経営側が行った経営実践やモチベーション管理が経営側の思い通りに従業員に認知され伝わってくるか、文化的要因は実際どのような方法で個人の自己現象に影響するかについての議論は、まだなされていない。

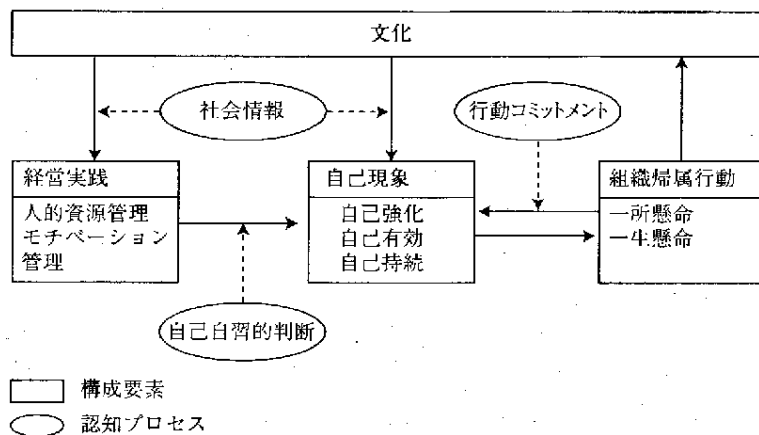
以下では、自己現象のダイナミックな認知的プロセスを考える。

III 自己現象の認知的プロセス

自己現象の経験は環境における機会によって影響されるし、その機会を収集、分析、そして解釈する認知的自己評価プロセスによって影響をうける。

認知 (cognition) とは、心理学的には、「生体みずからの生得的または経験的に獲得している既存の情報にもとづいて、外界の事物に関する情報を選択的に取り入れ、それによって事物の相互関係、一貫性、真実性などに関する新しい情報を生体内に生成・蓄積したり、外部に伝達したり、あるいはこのような情報を用いて適切な行為選択を行ったり、機能行使するための生態の能動的

図2 自己現象の認知的プロセス



な情報収集・処理活動を総称している言葉」と解釈されている³⁾。

図2に示されているように、自己現象は三つの認知的プロセスを通じて起こる。第1は、経営実践からなる職務や仕事の誘因要素に対する個人の認知と判断である。第2は、適切な態度に対する文化からの社会情報の影響である。第3は、行動の帰属過程や過去の行動の理由から調整される個人の自己現象である。

1 経営実践の認識における自己自習的 (heuristics) 判断

自己強化や自己有効そして自己持続動機を充足する経営誘因やモチベーション管理は個人の自己現象を強める。しかし、組織を自己の領域として考える自己現象は、組織が行う経営実践を個人がどう認知するかによって異なる。

伝統的経営管理では個人に対する高い報酬や物理的誘因の提供が組織コミットメントを高めると主張した。従業員の態度と行動は経済的誘因に対する合理的自己判断に基づいて議論した。しかし、ここでは個人における合理的自己判断がどこまで可能であるかについては問題としない。

3) 佐伯胖「認知」『新版心理学辞典』平凡社、1981年。

人間行動における合理性や効用最適化の仮定は経済学の特徴である。そしてこれは組織行動の理論や研究者の間に遍在する。合理性仮定はミクロ水準の組織行動論の基礎になっており、期待理論 (Lawler [1971]) やリーダーシップのパス・ゴールモデル (House [1971]) の特徴になっている。さらに行動科学者達 (Watson [1913], Skinner [1974]) は個人の経験的实际に依拠せずにこれらの合理性理論を受け入れてきた。

経済合理性の規範は長い間意思決定理論の基礎であった。個人は自分の利益によって行動するし、自己利益の最適化による選択を行う。

しかし、合理的認識やそれによる行動は個人の実際の実選択や意思決定を説明するのにはあまり有用ではない。実際の行為者達は経済モデルと異なり、パレート効率ではない決定を行う (Bazerman [1994])。経済的な観点からみれば、これらの現象は無関心や適格な動機づけ、隠れた好みのせいであると見られる。

しかし、この問題を考慮すべきシステム変数として重要視したことは最近ではない。Edwards [1954] は行動科学者達に経済学的、統計学的研究以外に、哲学者による意思決定の研究を紹介した。Simon [1957] は経済学者に認知的、心理的、要因に関心を向くべきであると主張しながら制限された合理性を主張した。

Simon によると、経済学者の公式見解とサイモンの制限された合理性の差異は、①決定に対する選択肢を同時に処理できないこと、②最適の選択肢を選択できないので、代わりに満足した十分条件を選好すること、③意思決定における認知的要求を少なくさせるために規則や自己自習的なものによる判断の単純化、にあるとされている。

Simon の制限的合理性の概念は規範的モデルと実際行われることとの差異に焦点がある。これらの概念を実証を通じてさらに具体的に究明したものが、行動決定理論 (Behavioral Decision Theory)⁹ である。Bell et al. [1988] によると、行動決定理論のおもな焦点は標準的、記述的、慣例的見込みを囲んでい

るが、後者の二つの変数にもっと焦点をおいている。すなわち、行動決定理論は、規範的モデルより記述モデルの経験的妥当性、慣例的モデルの実用的価値にもっと関心をおいている。

Kahneman & Tversky [1979] は判断に影響する具体的システマティック・バイアスに対する重要な情報を提示した。意思決定する時、人間は多くの単純化した戦略、あるいは経験的にまず勘違いの無いやり方、いわゆる自己自習的 (heuristics) なものに依存する。これは判断や認知における現代人の実状を理解する仕事であった。

Tversky & Kahneman [1974] は具体的に三つの自己自習的なものを記述している (表1)。

第1は、利用し易さ (availability) の仮説である。これは人々が特定の事象の生起する確率を推定するとき、過去におけるその事象、あるいはその事象の事例、あるいはその事象に類似した事象のいずれかの記憶を想起 (または構成) して、その「想起のし易さ」で確率を判断するというものである。一般的に人々は曖昧で判断しにくい問題が出たとき、その時想起する過去の事象や事例を利用し判断を下す。

第2は、人間が代表性 (representativeness) という概念に基づく判断をするという仮説である。人間は確率的な事象のサンプルを観測するとき、そのサンプルはもとの母集団の「縮図」であり、たとえ少ないサンプルであっても、そこには母集団の重要な特性がすべて反映されているはずだという期待感をもって判断するという仮説である。

第3は、投錨と調整 (anchoring and adjustment) と名づけた戦略による判断の仮説である。これは、人が不確実な問題について判断するとき、初めにおおざっぱな予測値を設定して、そのあと次々と調整を行うが、その際、最終的

4) 行動決定理論は、組織行動における人間の認知を重要視する理論である。とくに人間の意志決定の不完全性を理解し、その実証を通じて認知モデルを提示している (Tversky & Kahneman [1974], Bazerman [1994])。

表1 三つの自己自習的認識

1) 利用し易さ (availability heuristics)

記憶において思い出しやすいものを使用する。曖昧で覚え出しにくいものより、目に見えるもので具体的なものを利用する。

2) 代表性 (representativeness heuristics)

人は決定を下すとき、自分自身のステレオタイプ化した事件と比べて分析する。生物学者は植物の種の分流において、新しい種を作るより、既存の固定化した種との類似性によって、それを配属させる。このとき、知られてない植物が既存の植物にどのくらい似ているかどうかの代表性情報が決め手になる。

3) 投錨と調整 (anchoring and adjustment)

人は最初の価値の基準によって最終的決定を調整する。例えば、管理者は給料の策定において従業員の過去の給料を基準に調整する。平凡でつまらない要素であるが、それが決定の最初の基準になるとときには、決定に大きな影響を及ぼす。

注: Bazerman [1994] を参考。

な予測値は最初に設定する予測値に引きずられて、十分な調整ができないという仮説である。このような自己自習的な簡便法 (heuristics) 仮説は、Tversky & Kahneman [1974] の多数の実験結果でその妥当性が認められている。

自学自習的判断は最高の選択を除外することによって最適な決定ができないことがあるが、いくつかの利点がある。自己自習的判断による節約された時間は全ての変数の探索による暫定的損失を上回る。さらに複雑な世界に対する簡単な方法を提示することによって、全体を考えてする判断より部分的正確さを提示する。

このような自己自習的認識や判断は自己現象における経営実践の認識においても行われていると考えてよい。

自己強化動機は、肯定的な自己概念を維持するために選択的認識や偏見を通じて充足される (Gecas [1982])。この時、記憶の中で思い出しやすいものを使用する。数多くの研究は自己関連情報が他の情報に比べてより多く回想されることを見せている (Kihlstrom et al. [1988])。これは私たちの認知的ネットワークにおいて自己概念の重要性を表している。

自己有効の認識においても自己自習的のものによるところが多い。Erez &

Earley [1993] によると二つの自己学習的要素が自己有効の認知を調整する。第1は、実質的な成功経験から規定されたパフォーマンスである。成功は自己有効の認知を強化するし、反復された失敗はそれを低下させる。一段、強い自己有効認知が成立すれば失敗の影響は減少する。自己有効の肯定的認知を維持するために人々は失敗を状況的要因のせいとしてみる傾向がある。第2に代理経験は自己有効に影響をあたえる。有効的に仕事をする他人をみることは自己有効の水準に影響を与える。人は以前に経験がなかったことと出合うとき、他人の経験に依存する。他人がうまく仕事を成功させる時、自分はもっと効果的にその仕事を遂行すると思う。第3の要因は、生理的状态で、人の能力の評価の基礎になる。疲労とストレスそして不安の症候は自己有効の認知を軽減させる。

自己持続性も過去の経験に沿って選択的認知や記憶を引き出す傾向が多い。これは最初に行われた基準によって最終的に決定を調整するという Tversky & Kahneman の第3の自己学習的判断にあたる。これについては後の行動的コミットメントで詳しく述べる。

2 文化の認識における社会情報

個人の行動における文化的要因の重要性は多く論じられ本論文では、その実証についても言及した。

しかし、文化はその説明力はかなり認定されているが、なかなか変数化できないことがあって、産業心理学においては除外されることが多い。とくに行動科学者たち (Watson [1913], Skinner [1974]) は、文化及び価値概念は行動の説明においては占めるべき何らの場も持っていないことを長い間主張してきた。

Parsons & Shills [1951] は価値や文化概念を比較するためにパターン変数を用いる⁵⁾。しかし、パーソンズのパターン変数は、社会システムの維持・存続のための機能分析を目的としており、その意味では個々の個人が分析の対象

ではなく、文化の中に埋没した個人を想定して、社会システムを分析の対象としている（日置 [1989]）。

文化は行動の結果あらわれる結果変数であり、その行動の説明変数として挙げるのにはかなりの工夫が必要であることも事実である。Salancik & Pfeffer [1978] はこれらの問題を構えながら、文化概念を既存の構造パターン変数から、個人の認知情報レベルで議論した。彼らは文化の認知方法として社会情報プロセス（Social Information Process）を提示した。

社会情報プロセスは、職務や仕事の特徴、例えば監督のタイプ、職場の状況は与えるものではなく構築するものとしてみる。重要なことは個人が自分の職務環境をどう認知するかにある。

環境が社会プロセスや個人を通じて創造されるものとしてみたことは、すでに多く議論されている（Berger & Luckmann [1967], Schutz [1967], Weick [1969]）。Schutz [1967] は、あらゆる知識と意味は、内省したり過去を顧みることから生じるといいながら「意味ある経験」が個人の態度や行動の理解に重要であると主張した。Schutz の現象学的社会学に影響された Weick [1969] は、「実現された環境（enacted environment）」を提唱し、環境は組織内の行為者によって実現されており、主観的意味において選びとられていることをしめしている。March & Simon [1958] もまた、組織における個人の判断や行動において環境からくる情報の重要性を指摘している。

- 5) パーソンスらは、価値の次元として以下の五つの次元を設定し、この次元で社会や文化を位置づけようとする。(1) 感情性—感情中立性。ある行為者が価値態度を決定する場合に、情緒的な要素と認知的な要素のどちらにより準拠しているかを区分する次元として設定されている。(2) 自己志向—集合体志向。行為者が個人的に持っている欲求や動機が態度決定の場面で優先されるか、あるいはその行為者が所属する集合体の存続がより優先順位が高いかの区分がなされる。(3) 普遍主義—個別主義。行為者が態度決定の場面で、その評価の対象となる客体との関係が評価の差異に考慮されるような価値意識を個別主義と呼ぶ。これに対して、評価の対象が自分と特別の関係にある場合でも評価の基準が変化しないような態度が普遍主義とされる。(4) 所属本位—業績本位。評価の場面で、評価対象者がどのような社会階層や集団に所属し、どのような肩書を持っているかによって評価するか、それとも彼がどのような業績を上げたかを基準に判断するかという区分に関する次元。(5) 限定性—無限定性。評価の対象に対して、その性格・能力・態度・役割などに関してその一部分のみに限定して評価するか、その全体を評価の対象とするかという区分の次元である。

Salancik & Pfeffer [1978] は社会情報が個人の態度や欲求に直接、間接的に影響するプロセスとして四つの過程を上げている。

第1に、同僚の明白な陳述は行動に直接影響を与える。たとえば、同僚がいまやっている仕事を些末でつまらないものとして継続的に語るとき、個人は自分の判断を保留し同僚の判断に同調する。従業員が社会コンテキストの認知において他人の評価に敏感になる理由は二つある。一つは、職務は実際は複雑な刺激をもっており、従業員はこれらの多次的職務内容にどう反応するかわからない。もう一つは、言語的に従業員は同僚に同意する一般的傾向があって、繰り返した言語的同意は最終的には従業員自身を確信づけることになる。

第2に、社会情報は個人の環境に対する注意過程をコントロールを統制する。環境のある側面を言及したり、ある次元に対する繰り返した対話は個人の注意をある特定のものに制限し、その次元を重要視する。そしてこの重要視された次元は個人の態度に影響する。例えば、ある作業の認知において同じものを繰り返していることにだけ注目すると、その作業はルーチンでつまらないものとされるが、その製品の社会的重要性に注目するとその作業は重要なものと認知される。

第3に、注意コントロール以外に、社会情報はある事件に対する構造化した意味を提供する。会社の経営において従業員中心の管理と経営成果中心の管理がある。どちらが有効であるかは社会的にきまる。日本企業では従業員に対する配慮が不足している管理者は、たとえその業績が高くてもあまり評価されないこともあるが、アメリカの企業では、会社の成功につよい関心をもってると評価される傾向は強い。

第4に、社会情報は個人が自分の動機や欲求を解釈する方法を与える。例えば、この仕事は個人に考える機会を与えていないというコメントはその仕事において個人の動機や欲求を暗示する。つまり個人の思考による創造的欲求の解消がその仕事に重要な次元になっていることを意味する。

以上からみると、文化の認知的プロセスとして社会情報は主に同僚や監督者、

或いは他人との対話やコミュニケーションからなる。Festinger [1954] は彼の社会比較の理論で社会情報プロセスに関する鋭い通察を行っている。自分と世界に対する判断は難しいものである。物理的情報が得られないし、判断が不確実な時、人々は他人とコミュニケーションを求める。その時、人は情報の源泉を同僚の人と比較することによって評価する。特に自分と類似点が多い人からの情報であるほど自分自身の認知にとって参考になる。例えば、職場で新入社員は行動の規範や情報を管理者より同僚から得る。特に職務内容が曖昧なとき、同じ仕事をしている同僚の態度や行動は職務遂行に影響が大きい。

従来、文化の議論において、同じ地域や歴史背景がもっとも重要な参考対象であった。しかし、文化の認知において社会情報プロセスは、地域や歴史環境よりその構成人のコミュニケーションプロセスをより重要視する。同じ地域や歴史環境に住んでもお互いのコミュニケーションが行われていないときにはその文化の影響力は衰える。

従って、個人が構築するコミュニケーションの広さと強度によって文化の影響力は異なる。同僚とのコミュニケーションが気になって積極的に社会情報の形成に参加する個人とそうではない個人では文化の影響は随分異なる。

この議論は文化の形成においても示唆するところが大きい。従来の文化概念は既に存在するものとされ、個人はそれに従属され、なにもできない受け身型の個人を想定していた。ここでは同じ地域や歴史環境という構成的概念が文化受容を決めるおもな要素であった。しかし、主体がその文化情報を深刻に考えず、かえって無視するとその文化は個人の行動や態度の説明に全然意味を持たなくなる。それを意味ある制約や規範として認知するとき、その文化は意味を持つことになる。これがいわゆる Schutz がいう意味ある経験であるし、これを理解するのが真の組織行動の理解につながると思える。

3 行動的コミットメント

組織帰属意識は既に帰属しているという状況によって影響され、再強化され

る。Bem [1972] は、彼の自己認識の理論で、遂行された行動は態度を構築する情報資源であることを指摘する。行動により組織帰属意識の関係は Salancik [1977] によって行動的コミットメントとして説明されている。彼によると、コミットメントは、行動によって、個人が組織での活動と関与の維持といった信念をもつようになる状態であると考えた。また、行動的コミットメントは、行為が自由意志によって引き出されたという認知 (Volition)、行為の逆戻りの可能性の認知 (Revocability)、重要な他者が注目しているという認知 (Publicness) によって規定されるとした。

Wortman [1975] は、自己意思による決定の重要性を実証している。大学生を対象に抽選による賞品を与える実験で、実験者によるくじ引きより直接くじを引いた大学生がその結果もらえる賞品に対して肯定的反応をみせた。たとえ望まない賞品が当たっても自分自身がくじを引いた学生は、実験者による代理くじ引きをおこなった学生よりその賞品に満足度が高かった。

このような一度コミットした行動と一致する態度を維持しようとする行動的コミットメントは他の実証によって検証されている (Kiesler [1971], Salancik [1977], Kline & Peters [1991])。Salancik [1977] は、行動の公表性 (publicness) の影響として、友達に自分が歩くキャリアの道を公言していた場合、特にその相手が自分自身と親しい関係にある人であるほど、その道を続けていく行動的コミットメントは高くなるとしている。

一方、組織行動による態度の再強化過程の説明としてコミットメントのエスカレーション議論がある。一度、組織にコミットすると、それが一つのきっかけになって、ますますコミットメントするようになる現象はしばしばみられる。Brockner & Rubin [1985] は、エスカレーションの例として、転職の難しさ、一度きめた専攻を変えられない学生、長くつき合っている相手と別れられない状況、長引くストライキ、働きの悪い従業員を解雇できない状況、泥沼の戦争に没入してしまった国家などをあげている。

Brockner & Rubin [1985] は、組織における人々の行動と関連して二つのエ

エスカレーションを指摘している。一つは、現在の仕事や職場に満足できなくなっているにもかかわらず、それまでに組織に注ぎ込んできた投資を正当化するために、組織にとどまり続けるというものである。他の一つは、他の組織に移ることを考えている場合に生じる。たとえば、転職の意志をもって新しい転職先を探してきた人が、ある職場を実際に決める時いままでも考慮してきたが断念した職場が、どうしてもその後の考慮のなかに人ってくる。従って、移ってもいいと思われる職場の要求水準がどんどん高くなり、限りなく完璧なものを求めるようになってしまう。結果として職場を移ることができなくなる。

石田 [1997] は、組織コミットメントとエスカレーションの関係をとり上げながら日本の会社組織におけるエスカレーションについて言及している。彼は、これまでに実施されてきた組織コミットメントの国際比較結果で、日本人の組織コミットメントが、アメリカ人よりも必ずしも高くないことはエスカレーションの結果である可能性を指摘した。日本的経営の終身雇用と年功賃金が、エスカレーションを生じやすい性質を備えており、そのため、心から満足していないにもかかわらず、組織に留まり続けている人が多い。この議論はまだ実証がなくてそのまま受け入れにくい面があるが、日本人の組織帰属意識がエスカレーションの結果である可能性を提示したことで意味があると思う。

このように自己現象には、一度参加した組織行動による行動的コミットメントの影響を無視できない。特に日本人の組織帰属意識は一度入ったら取り返しができない状況がもたらすエスカレーション現象があることは納得ができる説明である。

V 結 び

本稿では、組織帰属意識を従来の組織コミットメント理論と離れて、組織を自己の延長として認知する自己現象としての分析を試みた。組織帰属意識を自他の分節からなる自己現象プロセスで考えると、組織帰属意識は四つの構成要素で構成されている。1) ある仕事環境で行われる経営実践や動機管理、2) 内

外的仕事環境や自己を規定する文化的価値や行動コンテキスト, 3) 経営管理やモチベーション管理を分析するし, 文化によって規定される自己現象(組織帰属意識), 4) 組織を自己認知する自己現象の結果現れる組織帰属行動, である。

しかし, このような自己現象の構成的観点だけではただ概念を自己現象に移しかえたことを除けば既存の組織コミットメント理論とあまり変わらない。本稿の目的は個人の主体的意味関連から組織帰属意識を分析することにある。経営側が行った経営実践やモチベーション管理が経営側の思い通りに従業員に認知され伝わってくるか, 文化的要因は実際どのような方法で自己現象に影響するかに関する議論は少ない。

ここで, 自己現象のダイナミックな認知的プロセスを考えてみると, 自己現象は三つの認知的プロセスを通じて起こる。1) 経営実践からなる職務や仕事の誘因要素の認知における自己自習的判断, 2) 適切な態度に対する文化からの社会情報, 3) コミットした行動や過去行動の理由から調整される自己現象である。従来組織コミットメントでは, 従業員の行動と態度は経済的誘因に対する合理的自己判断に基づいている。しかし, 合理的認識やそれによる行動は個人の実際の選択や意思決定を説明するのにはあまりにも非現実的である。行動決定するとき, 人間は多くの単純化した戦略, あるいは経験的にまず勘違いがないやり方, いわゆる自己自習的な判断に依存する。ここでは, Tversky & Kahneman の三つの代表的自己自習的概念を用いて, 経営実践の認知における自己自習的な認知プロセスを分析した。

さらに, 自己現象における文化の影響を, Salancik & Pfeffer [1978] の社会情報プロセスによる個人の認知情報レベルで論じた。既存の文化概念は社会システムの維持・存続のための機能分析を目的としており, 個々の個人が分析対象ではなく, 文化の中に埋没した個人を想定し, 社会システムを分析している。社会情報プロセスは, 個人の行動に影響されるといわれる文化要因をあたえるものではなく構築するものとしてみる。ここでは個人が構築するコミュニケー

ションの広さと量が重要な役割を果たす。

最後に、組織に所属することによる自己現象の再強化過程として Salancik の行動的コミットメントがある。一度、帰属すると、それがきっかけになって、ますます組織に帰属するようになる自己現象のエスカレーション効果は、心から満足していないにもかかわらず、組織に帰属している人々の組織帰属意識をよく代弁してくる。

以上のように本稿では、シュッツの現象学的社会学の概念を自己現象における主観的意味関連の中で組織帰属意識への適用を試みた。既存の組織行動論が求めた構造機能主義が、人間の社会を生きるリアリティをうまく摘出できないと批判される時、このような意味解析方法は示唆するところが多いと思われる。特に、アメリカの組織コミットメントではうまく説明出来なかった日本人の組織帰属意識及び行動を自己現象の認知的プロセスではかなりの部分が解析可能である。

参考文献

- Alderfer, C. P. [1972] *Human Needs in Organizational Settings*, New York: Free Press of Glencoe.
- Bandura, A. [1986] *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bazerman, M. H. [1994] *Judgement in Managerial Decision Making*, New York: Wiley.
- Bell, D. E., Raiffa, H. and Tversky, A. [1988] *Decision Making: Descriptive, Normative, and Prescriptive Interactions*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Bem, D. J. [1972] "Self-perception theory," In Berkowitz(eds.), *Advances in Experimental Social Psychology*, 6, pp. 1-62, New York: Academic Press.
- Berger, P. L. and Luckmann, T. [1967] *The Social Construction of Reality*, London: Penguin.
- Bond, M. H. and Cheung, T. S. [1983] "College students' spontaneous self-concept: the effect of culture among respondents in Hong Kong, Japan, and the United States," *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 14, pp. 153-71.

- Brockner, J. & Rubin, J. Z. [1985] *Entrapment in Escalating Conflicts: A Social Psychological Analysis*, Springer-Verlag, New York.
- Edwards, W. [1954] "The theory of decision making," *Psychological Bulletin*, 51, pp. 380-417.
- Erez, M. & Earley, P. C. [1993] *Culture, Self-Identity, and Work*, New York: Oxford University Press.
- Festinger, L. [1954] "A theory of social comparison process," *Human Relations*, 7, pp. 114-140.
- Gecas, V. [1982] "The self concept," *Annual Review of Psychology*, 8, pp. 1-33.
- Gouldner, A. W. [1970] *The Coming Crisis of Western Sociology*, Heinemann. (岡田直之他訳『社会学の再生を求めてⅠ・Ⅱ・Ⅲ』新曜社, 1974年, 1975年)。
- 日置弘一郎 [1989] 「東アジア比較経営論ノート」『経済学研究』九州大学経済学会, 第55巻第1・2号, 157-169ページ。
- Hofstede, G. [1980] *Culture's Consequences: International Differences in Work-related Values*, Newbury Park, CA: Sage.
- Hogan, R., DeSoto, C. B. and Solano, C. [1977] "Traits, tests, and personality research," *American Psychologist*, 32, pp. 255-264.
- House, R. J. [1971] "A path-goal theory of leadership," *Administrative Science Quarterly*, 16, pp. 321-338.
- 石田正浩 [1997] 「コミットメントのエスカレーション」(田尾雅夫編著『「会社人間」の研究, 組織コミットメントの理論と実際』京都大学学術出版会), 140-165ページ。
- Kahneman, D. and Tversky, A. [1979] "Prospect theory: an analysis of decision under risk," *Econometrica*, 47, pp. 263-91.
- Kiesler, C. A. [1971] *The Psychology of Commitment: Experiments Linking Behavior to Beliefs*, New York: Academic Press.
- Kihlstrom, J. F., Cantor, N., Albright, J. S., Chew, B. R., Klein, S. B. and Niedenthal, P. M. [1988] "Information processing and the study of the self," *Advances in Experimental Social Psychology*, 21, pp. 145-78, San Diego, CA: Academic Press.
- Kline, C. J. & Peters, L. H. [1991] "Behavioral commitment and tenure of new employees: A replication and extension," *Academy of Management Journal*, 34, pp. 194-204.
- Kluckhohn, C. [1954] *Culture and Behavior*, New York: Free Press.
- Lawler, E. E. [1971] *Pay and Organizational Effectiveness: A Psychological View*,

New York: McGraw-Hill.

- Markus, H. R. & Kitayama, S. [1991] "Culture and the self: implication for cognition, emotion, and motivation," *Psychological Review*, 98, pp. 224-253.
- Markus, H. and Wurf, E. [1987] "The dynamic self concept: a social psychological perspective," *Annual Review of Psychology*, 38, pp. 299-337.
- March, J. G. & Simon, H. A. [1958] *Organizations*, Wiley & Sons, Inc., (土屋訳『オーガニゼーションズ』ダイヤモンド社, 1977年)。
- Maslow, A. H. [1943] "A theory of human motivation," *Psychological Review*, 50, pp. 370-396.
- McClelland, David C. [1961] *The Achieving Society*, Princeton, NJ: van Nostrand.
- Mischel, W. [1977] "On the future of personality measurement," *American Psychologist*, 32, pp. 246-254.
- Mowday, R. T., Porter, L. W. & Steers, R. M. [1982] *Employee-organization Linkages*, New York: Academic Press.
- Parsons, T. & Shills, A. (eds) [1951] *Toward a General Theory of Action*, Harvard U. P. (永井・作田・橋本訳『行為の総合理論をめざして』日本評論社, 1960年)。
- 佐伯胖 [1981] 『新版心理学辞典』平凡社。
- Salancik, G. R. [1977] "Commitment and the control of organizational behavior and belief," In Staw, B. M. & Salancik, G. R. (eds), *New Directions in Organizational Behavior*, Chicago: St. Clair Press, pp. 1-54.
- Salancik, G. R. and Pfeffer, J. [1978] "A social information processing approach to job attitudes and task design," *Administrative Science Quarterly*, pp. 224-253.
- Sarason, I. G., Smith, R. E. and Diener, E. [1975] "Personality research: components of variance attributable to the person and the situation," *Journal of Personality and Social Psychology*, 32, pp. 199-204.
- Schutz, A. [1967] *The Phenomenology of the Social World*, Evanston: Northwestern University Press. (佐藤嘉一訳『社会的世界の意味構成』木鐸社, 1982年)。
- Shweder, R. M. and LeVine [1984] *Culture Theory: Essays on Mind, Self, and Emotion*, New York: Cambridge University Press.
- Simon, H. A. [1957] *Models of Man*, New York: Wiley.
- Skinner, B. F. [1974] *About Behaviorism*, New York: Knopf.
- Trafimow, D., Triandis, H. C. and Goto, S. G. [1991] "Some tests of the distinction between the private self and the collective self," *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, pp. 649-55.
- Triandis, H. C. [1989] "The self and social behavior in differing cultural contexts,"

Psychological Review, 96, pp. 506-520.

角野信夫 [1995] 『アメリカ経営組織論』 文真堂。

Tversky, A. and Kahneman, D. [1974] "Judgment under uncertainty: heuristics, and biases," *Science*, 185, pp. 1124-1131.

占部都美編 [1994] 『経営学辞典』 中央経済社。

Watson, J. B. [1913] "Psychology as the behaviorist views it," *Psychological Review*, 20, pp. 158-177.

Weick, K. E. [1969] *The Social Psychology of Organizing*, Reading, MA: Addison-Wesley.

Wortman, C. B. [1975] "Some determinants of perceived control," *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, pp. 282-294.